

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik C&J Dental Care Jakarta Barat

Riska Ariyanti¹, Senen²Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang^{1,2}riskaariyanti9029@gmail.com¹, dosen01888@unpam.ac.id²

Received 22/08/2025 | Revised 25/08/2025 | Accepted 09/09/2025

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pasien pada Klinik C&J Dental Care Jakarta Barat. Latar belakang penelitian didasari oleh tingginya persaingan di industri layanan kesehatan gigi yang menuntut penyedia jasa untuk meningkatkan mutu pelayanan dan membangun citra positif agar mampu mempertahankan pasien. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 2.198 pasien, dengan sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (t hitung 12,235 > t tabel 1,986; sig. 0,000 < 0,05). Citra perusahaan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (t hitung 13,080 > t tabel 1,986; sig. 0,000 < 0,05). Secara simultan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai F hitung 99,643 > F tabel 3,090 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai R-square sebesar 0,682 menunjukkan bahwa 68,2% variasi kepuasan pasien dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra perusahaan, sementara sisanya 31,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Hasil ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan pembangunan citra positif untuk menjaga kepuasan pasien.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan; Citra perusahaan; Kepuasan pasien; Klinik gigi; Pemasaran jasa

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality and corporate image on patient satisfaction at C&J Dental Care Clinic, West Jakarta. The research background is based on the growing competition in the dental healthcare industry that requires service providers to enhance service quality and build a positive image to retain patients. The research method used a quantitative approach with an associative design. The population consisted of 2,198 patients, with 96 respondents selected using the Slovin formula. Data collection was carried out through questionnaires, interviews, and observation. Data analysis involved validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of

determination. The results show that service quality has a positive and significant effect on patient satisfaction (t value 12.235 > t table 1.986; sig. 0.000 < 0.05). Corporate image also has a positive and significant effect on patient satisfaction (t value 13.080 > t table 1.986; sig. 0.000 < 0.05). Simultaneously, service quality and corporate image significantly influence patient satisfaction with an F value of 99.643 > F table 3.090 and significance value 0.000 < 0.05. The R -square value of 0.682 indicates that 68.2% of patient satisfaction variation is influenced by service quality and corporate image, while 31.8% is explained by other factors outside the study. These findings emphasize the importance of improving service quality and building a positive image to maintain patient satisfaction.

Keywords: Service quality; Corporate image; Patient satisfaction; Dental clinic; Service marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di era globalisasi telah membawa dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk layanan kesehatan. Dalam konteks layanan kesehatan gigi, kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berkualitas semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut. Klinik gigi swasta kini tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan kesehatan, tetapi juga sebagai entitas bisnis yang bersaing ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pasien. Persaingan ini mendorong klinik untuk memberikan pelayanan terbaik sekaligus membangun citra perusahaan yang positif di mata masyarakat (Indriani & Putra, 2021).

Kepuasan pasien menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu klinik. Pasien yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan menciptakan loyalitas yang berkelanjutan (Kotler & Keller, 2020). Dalam konteks pemasaran jasa, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik mampu memberikan pengalaman positif kepada pasien, sementara citra perusahaan yang kuat menciptakan kepercayaan dan persepsi positif yang berdampak pada keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan (Tjiptono, 2019; Pradana & Yulianto, 2022).

Kualitas pelayanan dalam sektor jasa kesehatan merujuk pada kemampuan klinik dalam memenuhi kebutuhan pasien sesuai dengan harapan mereka. Dimensi kualitas pelayanan yang sering digunakan adalah keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik (Parasuraman et al., 1988; Tjiptono, 2019). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang konsisten dan profesional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di berbagai klinik gigi di Indonesia (Setiawan & Rahayu, 2021). Ketika pasien merasa bahwa pelayanan yang diterima sesuai dengan ekspektasi, mereka cenderung memberikan penilaian positif dan meningkatkan loyalitas terhadap klinik tersebut.

Selain kualitas pelayanan, citra perusahaan juga menjadi faktor yang tidak kalah penting. Citra perusahaan menggambarkan persepsi masyarakat terhadap reputasi, identitas, nilai, dan kepribadian organisasi. Klinik yang memiliki citra baik biasanya dipersepsikan lebih terpercaya, profesional, dan bertanggung jawab dalam memberikan layanan. Menurut Kotler dan Keller (2020),

citra perusahaan yang positif dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan suatu organisasi dari pesaingnya. Studi oleh Lestari dan Handayani (2023) membuktikan bahwa citra perusahaan yang kuat mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pasien dalam jangka panjang.

Fenomena yang terjadi di Klinik C&J Dental Care Jakarta Barat mencerminkan pentingnya kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Berdasarkan data pra-survei, sebagian pasien menilai bahwa fasilitas yang tersedia masih belum memadai dan pelayanan belum sepenuhnya memberikan rasa aman. Selain itu, persepsi tentang reputasi dan tanggung jawab klinik juga masih beragam. Kondisi ini mengindikasikan adanya kebutuhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memperkuat citra perusahaan agar kepuasan pasien dapat dipertahankan. Mengingat tingginya jumlah pasien yang menjadi target layanan, penurunan tingkat kepuasan dapat berdampak negatif pada keberlangsungan usaha klinik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan citra perusahaan memengaruhi kepuasan pasien di Klinik C&J Dental Care Jakarta Barat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran jasa, khususnya pada sektor kesehatan, serta memberikan implikasi praktis bagi pihak klinik dalam merancang strategi peningkatan kualitas pelayanan dan pembangunan citra positif. Dengan demikian, klinik dapat meningkatkan daya saing sekaligus memberikan nilai tambah bagi pasien.

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen di Klinik C&J Dental Care Periode 2021 - 2024

No	Bulan	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024
1	Januari	215	230	158	172
2	Februari	201	153	171	179
3	Maret	170	191	207	189
4	April	189	184	122	136
5	Mei	165	162	217	207
6	Juni	178	231	223	184
7	Juli	161	180	208	216
8	Agustus	154	178	231	199
9	September	132	160	227	156
10	Oktober	162	186	206	173
11	November	177	151	177	211
12	Desember	185	145	177	176
Total		2089	2151	2324	2198

Sumber: Klinik C&J Dental Care 2021-2024

Berdasarkan pada tabel 1.1 data pasien di atas selama tahun 2020 sampai tahun 2024 bahwa jumlah pasien kenaikan. Klinik C&J Dental Care harus segera mempertahankan kualitas pelayanan dan Citra Perusahaan agar tidak mengalami penurunan angka penjualan, menurunnya keuntungan yang didapat dan nantinya juga akan kehilangan pasien. Pelayanan yang memuaskan akan berdampak pada pengulangan pembelian yang berarti akan meningkatkan penjualan (sales), ketika

apa yang diharapkan pasien sesuai dengan apa yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu Klinik C&J Dental Care harus mengetahui adanya ketidakpuasan pasien atas Klinik C&J Dental Care yang menyebabkan menurunnya daya beli pasien dan berkurangnya pasien yang melakukan pemesanan kembali.

Kepuasan pasien ditentukan oleh kualitas pelayanan yang baik, sehingga jaminan produk menjadi prioritas utama bagi setiap pelaku usaha yang ada pada saat ini khususnya dijadikan tolak ukur daya saing. Kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan". Menurut Tjiptono (2015:157) "kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan". Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pertimbangan bagi para pasien untuk membeli suatu produk. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada pasien untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pembelian pasien.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pasien. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini menekankan pada pengujian hipotesis melalui pengolahan data numerik dengan teknik statistik (Sugiyono, 2020).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien Klinik C&J Dental Care Jakarta Barat pada tahun 2024 yang berjumlah 2.198 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yakni pasien yang pernah menggunakan layanan lebih dari satu kali.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin, wawancara singkat, serta observasi langsung terhadap aktivitas pelayanan di klinik. Instrumen kuesioner diuji melalui uji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan pada penelitian utama untuk memastikan keandalan data.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan beberapa tahapan uji statistik dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Tahapan tersebut meliputi uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, uji t untuk menguji pengaruh parsial, uji F untuk menguji pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pasien.

Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan temuan yang valid, reliabel, dan mampu menjawab pertanyaan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pasien pada Klinik C&J Dental Care Jakarta Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN**HASIL**

Penelitian ini dilakukan terhadap 96 responden yang merupakan pasien Klinik C&J Dental Care Jakarta Barat. Responden dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria pasien yang telah melakukan kunjungan lebih dari satu kali. Data yang diperoleh memberikan gambaran menyeluruh mengenai karakteristik pasien serta persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan tingkat kepuasan.

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas pasien berada pada rentang usia 21–35 tahun sebesar 56,2%, diikuti kelompok usia 36–45 tahun sebesar 24%, dan sisanya di atas 45 tahun sebanyak 19,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien berasal dari kelompok usia produktif yang memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap kesehatan gigi dan mulut. Dari sisi jenis kelamin, responden perempuan mendominasi dengan persentase 62,5%, sementara laki-laki sebesar 37,5%. Data ini mengindikasikan bahwa perempuan lebih banyak memanfaatkan layanan klinik gigi, sejalan dengan penelitian Pratama dan Hidayat (2021) yang menyebutkan bahwa perempuan memiliki tingkat perhatian lebih besar terhadap kesehatan estetika.

Tabel 1 berikut menyajikan hasil analisis regresi linear berganda yang menguji pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2) terhadap kepuasan pasien (Y).

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Sig.
Kualitas Pelayanan (X1)	0,421	12,235	0,000
Citra Perusahaan (X2)	0,387	13,080	0,000
Konstanta (α)	2,114	-	-
F hitung	99,643	-	0,000
R Square	0,682	-	-

Sumber: Data primer diolah, 2024

Selain itu, frekuensi kunjungan juga menunjukkan bahwa 58,3% responden telah melakukan kunjungan lebih dari dua kali, sedangkan 41,7% sisanya merupakan pasien dengan kunjungan pertama atau kedua. Tingginya angka kunjungan ulang memperlihatkan bahwa sebagian besar pasien memiliki pengalaman positif sehingga memutuskan untuk kembali menggunakan jasa klinik. Hal ini menjadi sinyal awal bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan memiliki peran penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pasien.

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memperoleh skor rata-rata 4,21 dari skala 5, yang berarti pasien menilai pelayanan klinik berada pada kategori baik. Dimensi keandalan memperoleh skor tertinggi dengan rata-rata 4,34, yang menandakan pasien merasa pelayanan yang diberikan sesuai janji dan tepat waktu. Dimensi empati memperoleh nilai terendah dengan skor 4,02, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa aspek perhatian personal dan pemahaman kebutuhan pasien masih perlu ditingkatkan.

Citra perusahaan memperoleh skor rata-rata 4,18, dengan dimensi reputasi memperoleh penilaian tertinggi 4,28. Pasien menilai bahwa Klinik C&J Dental Care memiliki reputasi baik di lingkungan Jakarta Barat. Namun, dimensi identitas perusahaan mendapat skor relatif lebih rendah, yakni 4,05, yang berarti masih diperlukan strategi komunikasi yang lebih konsisten untuk memperkuat identitas merek klinik di benak pasien.

Sementara itu, kepuasan pasien memperoleh skor rata-rata 4,25. Indikator kenyamanan pelayanan memperoleh skor 4,32, sedangkan indikator rekomendasi kepada orang lain berada pada angka 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pasien merasa puas terhadap layanan yang diberikan dan memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan klinik kepada orang lain, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan.

Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dengan nilai t hitung 12,235 lebih besar dari t tabel 1,986 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Citra perusahaan juga terbukti berpengaruh positif dengan nilai t hitung 13,080 lebih besar dari t tabel 1,986 dan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, uji F menghasilkan nilai 99,643 yang lebih besar dari F tabel 3,090 dengan signifikansi 0,000. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,682 menunjukkan bahwa 68,2% variasi kepuasan pasien dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra perusahaan, sedangkan 31,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan diukur dari lima dimensi utama yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dalam konteks Klinik C&J Dental Care, dimensi keandalan terbukti menjadi aspek dominan yang membentuk kepuasan pasien. Pasien merasa bahwa pelayanan yang dijanjikan dapat dilaksanakan sesuai harapan, baik dari segi ketepatan waktu maupun keakuratan prosedur medis. Hal ini konsisten dengan penelitian Setiawan dan Rahayu (2021) yang menyatakan bahwa keandalan pelayanan berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pasien di klinik gigi.

Dimensi lain seperti daya tanggap dan jaminan juga turut memberikan kontribusi. Pasien menilai bahwa tenaga medis maupun staf administrasi cepat tanggap dalam melayani keluhan serta mampu memberikan rasa aman selama proses perawatan. Kepastian dan kompetensi tenaga medis dalam memberikan penjelasan mengenai prosedur juga memperkuat rasa percaya pasien terhadap layanan yang diberikan. Meski demikian, dimensi empati mendapatkan skor relatif lebih rendah, sehingga klinik perlu lebih memperhatikan aspek personalisasi pelayanan. Hal ini penting mengingat pasien seringkali membutuhkan perhatian khusus, baik dari segi komunikasi maupun pendekatan emosional.

Selain kualitas pelayanan, citra perusahaan juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Citra perusahaan dapat dipahami sebagai persepsi kolektif yang terbentuk melalui reputasi, identitas, nilai, serta kepribadian organisasi. Klinik dengan citra positif

dipersepsikan lebih profesional dan dapat dipercaya, sehingga pasien merasa lebih yakin untuk menggunakan layanannya. Temuan ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2020) yang menekankan bahwa citra perusahaan merupakan aset tidak berwujud yang memengaruhi persepsi konsumen. Penelitian Lestari dan Handayani (2023) juga menemukan bahwa citra perusahaan yang baik meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pasien pada klinik kesehatan swasta di Surabaya.

Interaksi antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan menghasilkan pengaruh simultan yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Artinya, kualitas pelayanan yang baik akan semakin bermakna apabila didukung oleh citra perusahaan yang kuat. Pasien tidak hanya menilai layanan yang mereka terima secara langsung, tetapi juga mempertimbangkan reputasi dan kredibilitas klinik secara menyeluruh. Dengan kata lain, kualitas pelayanan dan citra perusahaan bekerja secara sinergis dalam membentuk kepuasan pasien. Hal ini sejalan dengan penelitian Zeithaml et al. (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kombinasi antara pengalaman aktual dan persepsi terhadap merek.

Selain dua variabel utama yang diuji, masih terdapat 31,8% faktor lain yang memengaruhi kepuasan pasien namun tidak dibahas dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut antara lain harga layanan, lokasi klinik, teknologi yang digunakan, serta rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth). Misalnya, harga layanan yang kompetitif dapat menjadi pertimbangan penting bagi pasien dalam memilih klinik, sementara lokasi yang strategis memudahkan aksesibilitas. Di era digital, penggunaan teknologi modern seperti aplikasi reservasi online juga menjadi daya tarik tambahan yang dapat meningkatkan kepuasan pasien (Ramadhani & Putra, 2022).

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini bagi manajemen Klinik C&J Dental Care adalah perlunya strategi terpadu yang mencakup peningkatan kualitas pelayanan dan penguatan citra perusahaan. Dari sisi pelayanan, klinik perlu mengadakan pelatihan berkelanjutan bagi staf medis maupun non-medis untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, empati, dan keterampilan teknis. Selain itu, evaluasi rutin terhadap kepuasan pasien melalui survei atau wawancara dapat membantu klinik mengidentifikasi kelemahan dan segera melakukan perbaikan. Dari sisi citra, klinik perlu memperkuat identitas merek melalui strategi komunikasi pemasaran yang konsisten, baik melalui media digital maupun kegiatan sosial di masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan bukan hanya sekadar faktor penunjang, melainkan fondasi utama dalam membangun kepuasan pasien. Klinik yang mampu memadukan kedua aspek ini secara konsisten akan lebih mudah mempertahankan loyalitas pasien dan meningkatkan daya saing di industri layanan kesehatan yang semakin kompetitif.

PENGHARGAAN

Terima Kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, motivasi, saran, dan masukan yang konstruktif selama proses penyusunan artikel ini. Ucapan khusus juga ditujukan kepada dosen pembimbing, responden penelitian, serta instansi terkait yang telah membantu dalam pengumpulan data dan analisis sehingga penulisan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., Al-Tal, R. M., & Eluwole, K. K. (2017). eWOM, revisit intention, destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 220–227. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.005>
- Andriani, R., & Suharyono, S. (2021). The effect of service quality on patient satisfaction in dental clinics. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 112–121.
- Arora, R., & Arora, A. (2020). Impact of corporate image on customer satisfaction in healthcare. *International Journal of Healthcare Management*, 13(4), 341–351. <https://doi.org/10.1080/20479700.2018.1564607>
- Chaniago, A., & Putra, R. (2022). Analisis kualitas pelayanan rumah sakit terhadap kepuasan pasien. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 19(1), 55–66.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H., & Wibowo, A. (2020). The influence of service quality on loyalty mediated by patient satisfaction. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(3), 450–460.
- Indriani, N., & Putra, M. (2021). Citra perusahaan dan pengaruhnya terhadap keputusan pasien memilih layanan kesehatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 88–97.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Lestari, F., & Handayani, T. (2023). Peran citra perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pasien di klinik kesehatan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1), 33–45.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pradana, A., & Yulianto, E. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 22(2), 145–160.
- Pratama, A., & Hidayat, F. (2021). Gender differences in dental care utilization: A survey of urban patients. *Indonesian Journal of Public Health*, 16(2), 121–130.
- Putri, A. R., & Santoso, B. (2020). Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 40–49.
- Ramadhani, T., & Putra, Y. (2022). Peran teknologi digital dalam meningkatkan kepuasan pasien klinik kesehatan. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 20(3), 277–285.
- Setiawan, D., & Rahayu, E. (2021). Analisis kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan klinik gigi di Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 13(1), 78–86.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, S., & Hidayat, R. (2020). Relationship between corporate reputation, trust, and patient satisfaction in hospitals. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 863–878.
- Wahyuni, D., & Hakim, L. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien rawat jalan. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 7(1), 15–27.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (8th ed.)*. McGraw-Hill Education.